

Organisée par l'Association Française des Fundraisers

10^e conférence de fundraising

pour l'enseignement supérieur et la recherche

18, 19 mars 2015

Université Paris-Dauphine

10^e ANNIVERSAIRE

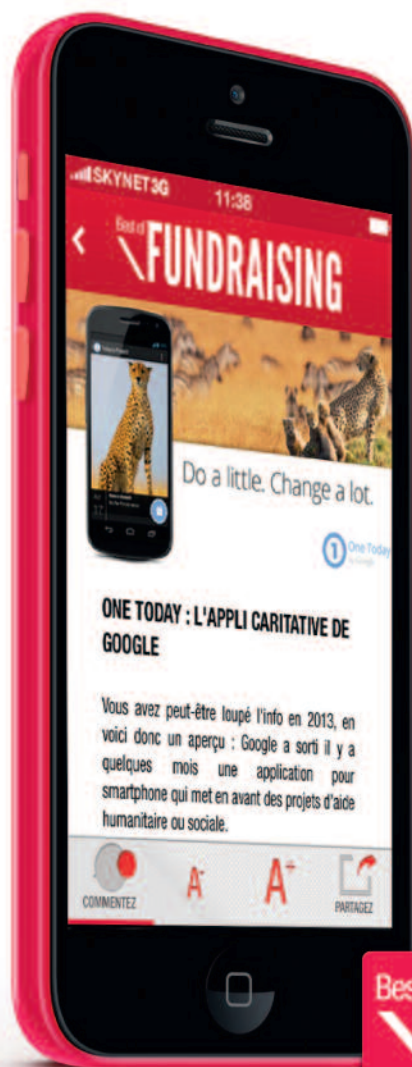
Boosteur
de fundraisers

PROGRAMME
DE LA FORMATION



www.fundraisers.fr

Plus de 1500 fundraisers utilisent déjà



“ Et vous ? ”

Recevez 1 news par jour
sur l'actualité et l'innovation
en fundraising. Et téléchargez
l'application gratuite dès
maintenant sur appli.excel.fr/*



*ou faites la dernière mise à jour



EXCEL

Best of Fundraising, une application conçue par :

EXCEL, principale agence conseil en fundraising et philanthropie en France.

2-6 Boulevard Poissonnière - 75009 Paris \ 01 56 02 35 60 \ www.excel.fr

facebook.fr/agence.excel twitter.fr/agence_excel

Chers amis fundraisers,

10 ans déjà...

À l'heure où j'écris ces quelques lignes nous venons d'apprendre que M. Jean Tirole, Président de la Fondation Jean-Jacques Laffont - Toulouse School of Economics (TSE), a reçu le prix Nobel d'économie 2014. Une belle reconnaissance pour l'excellence française ! Nous avons en France des chercheurs et des enseignants de grande qualité, de quoi être fiers de travailler au quotidien dans ce secteur !

Dans ce contexte, quel regard porter sur les 10 années passées ? Un regard de fierté du chemin parcouru par les fundraisers de ce secteur ! Des fundraisers qui ont réussi à faire bouger les lignes au sein de leurs établissements et à mener des campagnes dans des contextes économiques difficiles...

L'heure des bilans est aussi l'heure d'un regard vers le futur et les nombreux enjeux qui s'offrent à nous... L'enjeu majeur est de réussir une conduite du changement dans nos établissements pour être plus pertinents face aux besoins d'aujourd'hui et de demain en termes de recherche et d'innovation pédagogique. Nos organisations sont aussi confrontées au besoin de travailler différemment, sur des projets porteurs de sens et d'impact pour leurs écosystèmes afin de trouver des partenariats et des fonds. Par ailleurs, la transformation numérique nous pousse à repenser nos modèles et permettra une diffusion large de la connaissance.

Face à ces enjeux pour l'enseignement supérieur et la recherche aujourd'hui, il nous faut mobiliser toutes les énergies, toutes les parties prenantes. Et vous, fundraisers, vous êtes des acteurs clés de cette mobilisation !

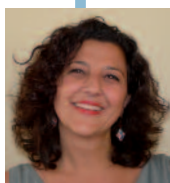
Au-delà de la collecte de fonds, vous êtes au service de projets qui font avancer le monde et la connaissance, et vous rendez l'enseignement accessible au plus grand nombre. Vous êtes des agents de changement ! Aujourd'hui plus que jamais la MOBILISATION de toutes les énergies est nécessaire pour relever les défis auxquels l'enseignement supérieur et la recherche doivent faire face : gouvernance, anciens, enseignants chercheurs, tous doivent être mobilisés !

Pour ce 10^{ème} anniversaire, nous vous proposons une conférence antimorosité avec comme cri de ralliement : Tous fundraisers !



Yaële Aferiat

Directrice de l'Association Française des Fundraisers



Les chiffres de la conférence

10^{ème} édition de la conférence
 Plus de **300** participants professionnels
 de la collecte de fonds et du mécénat
 Près de **90** intervenants experts et
 praticiens du fundraising
 Plus de **100** structures représentées
11 thématiques propres au secteur
 programmées

*C'est vraiment formidable
 de pouvoir échanger avec
 nos pairs et confronter
 nos pratiques, discuter
 de nos doutes aussi.*

Marie Caillat, IHES

Les essentiels pour profiter de la conférence



ACCÈS AUX ATELIERS

Vous n'avez pas besoin de vous préinscrire pour les ateliers, ils sont en libre accès. Nous vous conseillons cependant d'arriver dans la salle 10 minutes avant le début de chaque session pour être sûr d'y avoir une place. Un certain nombre d'ateliers seront doublés, c'est-à-dire reconduits durant la conférence, pour vous permettre d'y assister en cas de session complète.



DROIT À L'IMAGE

Vous êtes susceptibles d'être photographiés ou filmés lors de la formation. Si vous ne souhaitez pas apparaître sur les films et photos, merci de le préciser à l'accueil de la conférence.



CONFÉRENCE 2.0

Un accès Wifi sera disponible gratuitement et les codes seront affichés pour vous permettre de vous connecter. Retrouvez toutes les informations sur la conférence via le hashtag Twitter #AFFesr2015 et n'hésitez pas à interagir lors des sessions sur votre réseau social : @AFFundraisers !

Merci aux étudiants du MBA eBusiness en Full Time et Part Time en Executive MBA des MBA ESG qui live-tweeteront certaines sessions.



PRÉSENTATIONS EN LIGNE

À l'issue de la conférence, retrouvez toutes les présentations des intervenants sur notre site www.fundraisers.fr. Elles seront disponibles en libre accès pendant 3 mois.



RESTAURATION

Les déjeuners des mercredi 18 et jeudi 19 mars sont compris dans le prix de la formation et se dérouleront dans les locaux de l'université Paris-Dauphine. Trois « pauses café » sont également prévues par jour et auront lieu dans le hall d'accueil aux heures indiquées sur le planning. Les dîners ne sont pas compris dans la formation.



VESTIAIRES

Vous pourrez disposer vos affaires dans un vestiaire **non gardé** se trouvant dans la salle du staff. L'AFF décline toute responsabilité en cas de perte ou de vol.



STANDS PARTENAIRES

Vous retrouverez certains des partenaires de l'évènement sur leur stand dans le hall d'exposition. C'est une opportunité pour vous de les rencontrer et de découvrir leurs offres.

J'ai apprécié les présentations, ainsi que l'enthousiasme et l'engagement des participants.

Barbara Miles, University of British Colombia

Remerciements

L’AFF souhaite remercier les intervenants, **tous bénévoles, experts du fundraising et parfois venus de loin, les membres du comité de pilotage** (p. 21), ainsi que l’équipe des bénévoles mobilisée pour assurer le bon déroulement de la conférence.

Nous remercions **la Fondation partenariale de Paris-Dauphine** qui accueille la 10^{ème} édition de cette conférence.



Merci à CASE pour son soutien dans la programmation du chapitre relations alumni.



La soirée - mercredi 18 mars (18h - 21h)

La désormais traditionnelle soirée de la conférence se déroulera sous forme de buffet dînatoire et sera l’occasion de rencontrer vos homologues et d’échanger avec eux tout au long de la soirée. La convivialité sera plus que jamais de mise !

Le découpage des journées

mercredi 18 mars

8h - 9h	accueil des participants
9h - 9h30	plénière d'ouverture
9h30 - 13h	master classes*
13h - 14h30	déjeuner <i>coachings personnalisés et speedfundatings**</i>
14h30 - 16h	ateliers
16h - 16h30	pause café
16h30 - 17h30	table-ronde 1
18h - 21h	soirée (cocktail dînatoire)

jeudi 19 mars

8h30 - 9h	accueil des participants
9h - 10h30	ateliers
10h30 - 11h	pause café
11h - 12h30	ateliers
12h30 - 13h30	déjeuner <i>coachings personnalisés et speedfundatings**</i>
13h30 - 15h	ateliers
15h - 16h	ateliers focus
16h - 16h30	pause café
16h30 - 17h30	table-ronde 2
17h30 - 18h	plénière de clôture

* Participation aux *master classes* sur inscription préalable uniquement

** *Speedfundating* et *coaching* : inscription sur place uniquement (repas fourni)

Des contenus toujours plus riches et de mieux en mieux structurés pour répondre aux différents besoins de nos métiers.

Véronique Sentilhes, Mines Telecom

Programme : mode d'emploi

NOUVEAUTÉ 2015

Monter en compétences



Les master classes de 3h

C'est l'occasion d'approfondir une thématique choisie par groupe de 20 personnes. Seuls les participants préalablement inscrits pourront assister à la master class qu'ils auront sélectionnée lors de leur inscription.



Les ateliers d'1h30

Des professionnels de la collecte présentent un aspect du fundraising et donnent aux participants les notions nécessaires à la bonne appréhension du sujet traité. Format classique de la conférence, ces sessions ne nécessitent pas d'inscription préalable. Toutefois, le nombre de participants par atelier étant limité à 30 ou 40 participants, les premiers arrivés auront plus de chance d'en obtenir une. Si vous avez manqué un des ateliers qui vous intéresse, regardez dans ce programme s'il n'est pas doublé. Retrouvez-les grâce à la mention ATELIER DOUBLE.



Les ateliers focus d'1h

Ce sont des sessions axées sur des thématiques spécifiques. Ils développent des outils pratiques ou des études de cas. Plus courts qu'un atelier, ils vous permettront de couvrir un nombre plus large de thématiques.



Les tables-rondes d'1h

Moment de prise de hauteur, les tables-rondes confrontent les avis de plusieurs intervenants sur un sujet fondamental pour nos métiers. Le débat est modéré par un animateur en charge de recentrer les échanges. Elles sont accessibles à tous sans inscription préalable.



La place du forum d'1h30

Apprendre par le partage et le débat : voilà le projet de cette nouvelle proposition de session. En grand amphi, dispositif qui favorise les échanges entre participants, vous pourrez enrichir et partager votre vision sur les thématiques abordées.

NOUVEAUTÉ 2015

et échanger !



Les coachings personnalisés de 30mn

Les sessions de coaching personnalisés vous permettront de bénéficier des conseils sur-mesure d'un expert sur une problématique bien spécifique. Ce format est en face-à-face (confidentialité garantie !).



Les sessions de speedfundating d'1h

Retrouvez des experts du fundraising pour poser vos questions lors d'un moment privilégié de rencontre et d'apprentissage par l'échange par petits groupes de 4 personnes. Inscriptions sur place uniquement. Les speedfundatings se déroulent pendant les pauses-déjeuner (repas fourni).

Inscriptions le jour même à partir de 10h à l'accueil

Deux autres niveaux de lecture pour construire votre programme :

Thématique des ateliers

11 thématiques propres au secteur de l'enseignement supérieur et de la recherche sont au programme. Pour mieux vous aiguiller dans vos choix de sessions, vous retrouverez ces thématiques à côté de chaque atelier. Consultez également des suggestions de parcours thématiques p. 19.

Niveau d'expertise en collecte de fonds

Les niveaux des ateliers sont des informations à prendre en compte pour éviter d'assister à une session qui ne répondrait pas à vos attentes.

Les niveaux sont accolés aux descriptifs des ateliers :

Tous niveaux / Débutant (moins de 2 ans)

Intermédiaire (2 à 5 ans) / **Avancé** (5 ans et plus)

Certains ateliers seront dispensés en anglais ; ils seront alors marqués de l'Union Jack :



Journée Networking jeudi 19 mars

Au cœur de nos métiers et de nos carrières professionnelles, savoir cultiver son réseau est essentiel. C'est pourquoi l'AFF a décidé de vous proposer, dans le cadre de la conférence, de vivre un autre brin de son ADN : le networking.



Sessions networking



Venez rencontrer vos homologues !
Vous pourrez ainsi échanger avec des personnes avec qui vous partagez des problématiques communes.

3 sessions, réparties sur la journée du jeudi (en même temps que les ateliers)

Déroulé de la journée :

11h-12h30 : Vision carrière

Le fundraising est aujourd'hui inscrit dans les parcours de nombreux professionnels comme une étape importante, voire un métier où l'on fait carrière : témoignages !

12h30-13h30 : déjeuner

13h30-15h : Multi-casquette

Vous avez la joie de cumuler plusieurs casquettes... Être en charge du fundraising, mais aussi être responsable d'aspects très différents mais néanmoins essentiels à la vie de votre organisation. Comment tout gérer ?

15h-16h : Les directeurs du développement

Directeur du développement, vous avez l'impression d'être à la tête d'une petite PME ? Polyvalence, pression des calendriers, management, implications politique et de gouvernance Toutes ces choses qui font votre bonheur au quotidien et que vous n'osez partager avec personne. Retrouvez-vous entre pairs !

Une application pour favoriser le networking : **ConnexMe** !

Pourquoi une application dédiée au networking ?

Pour interagir lors de la conférence : entrez en contact avec d'autres participants et organisez vos rendez-vous pour optimiser ces 3 jours.

C'est aussi un outil pour accroître l'interactivité durant les ateliers et les plénières : vous y retrouvez les présentations des intervenants et pouvez les commenter en direct !

Comment ça marche ?

1. Installez l'application Evenium ConnexMe : à partir de votre smartphone, de votre tablette ou de votre ordinateur, rendez-vous sur votre plateforme de téléchargement d'applications (AppStore ou PlayStore) ou sur <http://evenium.me> (ordinateurs et Windows Phone)
2. Un email de AFF via Evenium ConnexMe vous informant de la création de votre compte vous sera adressé : à vous de renseigner votre mot de passe de connexion et de **remplir votre profil**
3. **Connectez vos réseaux sociaux** afin d'identifier vos amis présents et d'échanger en direct avec eux !

L'équipe de l'AFF sera à votre disposition pour vous offrir le soutien vous permettant d'optimiser l'utilisation de cette application.



Plénière

ouverture
mercredi 18 mars à 9h



Laurent Batsch
Université
Paris-Dauphine



Hervé Biaisser
CentraleSupélec

Nous avons l'honneur et le plaisir de recevoir, à l'occasion de l'ouverture de cette 10^{ème} conférence de fundraising pour le secteur de l'enseignement supérieur et de la recherche, deux chefs d'établissements qui se sont fortement et très tôt impliqués dans le développement du fundraising dans leurs établissements : **Laurent Batsch**, président de l'Université Paris-Dauphine, et **Hervé Biaisser**, directeur de CentraleSupélec.

Ils viendront partager leurs expériences et vision du fundraising, leur vision des évolutions qui touchent ce secteur, ainsi que la place des partenariats à créer avec le monde marchand pour maintenir leurs établissements dans le mouvement de notre société. Quelle place pour la philanthropie dans les universités et les grandes écoles de demain ?



À l'occasion de la 10^e édition
de la Conférence de fundraising pour l'ESR,
Yaële Afériat, directrice de l'Association Française
des Fundraisers et **Jean-Marc Pautras**, responsable
de développement au Crédit Coopératif, témoignent :



Depuis 10 ans, l'AFF accompagne les acteurs de l'ESR souhaitant collecter des dons, par l'organisation de ce séminaire, dont le Crédit Coopératif est partenaire depuis l'origine. Quelles évolutions constatez-vous dans ce secteur depuis 10 ans ?

Crédit Coopératif : Les acteurs de l'enseignement supérieur et de la recherche souhaitent diversifier leurs ressources. L'État a accompagné cette mutation en encourageant ce mouvement, notamment par la création de structures *ad hoc* (fondation de recherche, de coopération scientifique, hospitalière, universitaire, partenariale...). Le secteur se professionnalise et les premiers retours commencent à se faire sentir. Au-delà des montants collectés, ces bénéfices sont également organisationnels, car cette démarche implique une organisation nouvelle car transversale. Enfin, les collaborations initiées avec les entreprises, les anciens ou les donateurs dépassent souvent la seule collecte : partenariat de recherche, réseau de mobilisation, d'emploi...

Quel bilan d'étape pouvez-vous tirer de 10 années de partenariat entre l'AFF et le Crédit Coopératif ?

AFF : Le Crédit Coopératif a toujours été à nos côtés depuis le

développement de nos activités sur les secteurs de l'ESR et nous partageons avec lui le souhait d'accompagner le secteur dans sa montée en compétences. Nous avons co-construit un certain nombre d'ateliers et de tables rondes d'échange et de partage pour faire avancer les pratiques du secteur. Au-delà nous avons co-construit un réseau d'acteurs et souvent croisé nos réseaux respectifs, nous avons su tisser une véritable relation partenariale de confiance et de communauté de vision et de valeurs qui nous porte à penser plus en termes de synergies et de réseaux qu'en termes de concurrence.

Quelles seront selon vous les pratiques du secteur dans 10 ans ?

Crédit Coopératif : Économie circulaire, usages des nouvelles technologies au profit de causes d'intérêt général, sont autant de tendances émergentes qui sans doute pourront se généraliser dans les prochaines années. Les besoins, notamment financiers, sont immenses. Ce secteur a la chance d'avoir en son sein les forces lui permettant d'inventer les outils de collecte du futur. Le Crédit Coopératif poursuivra son étude des dons innovants dans les prochaines années.

Tables-rondes

mercredi 18 mars de 16h30 à 17h30

Table-ronde 1

**Tous fundraisers !
Regards croisés sur un métier**

Tous fundraisers, comme le cri de ralliement d'un milieu où l'esprit du fundraising n'est pas encore acculturé. Bien au-delà de la collecte, l'enjeu majeur est de réussir à accompagner le secteur de l'enseignement supérieur et de la recherche dans l'appropriation de la démarche du fundraising. Mener **la conduite du changement**, de la transformation de nos écoles et universités pour être plus pertinents face aux besoins d'aujourd'hui et de demain.

Afin de bâtir des partenariats novateurs, le fundraiser induit une nouvelle culture propre à nos institutions. Celles-ci sont confrontées au besoin de travailler différemment, moins en silo, sur des projets porteurs de sens. La dynamique produite **impacte les écosystèmes** de toutes les parties prenantes : entreprises, territoires, étudiants, professeurs, gouvernance, etc. Face à ces enjeux pour l'enseignement supérieur et la recherche, aujourd'hui il nous faut mobiliser toutes les énergies, toutes les parties prenantes. Comment réussir cette mobilisation ? Comment être des agents de changement ? Représentants de la gouvernance, des anciens et des enseignants chercheurs vont partager leur vision de cette mobilisation au service du développement de l'enseignement supérieur en France.

Avec :



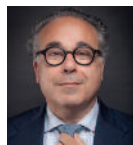
Robert Bruncq
MINES
ParisTech



Albert David
Université
Paris-Dauphine /
Cercle de
l'Innovation



Benoît Deprez
Institut Pasteur
de Lille



Pierre Hurstel
Toulouse
Business School



Animée par
Jean-Marc Pautras
Crédit Coopératif

jeudi 19 mars de 16h30 à 17h30

Table-ronde 2

**Prospective : le monde change vite
et en profondeur**

Le monde change vite et en profondeur ! De nombreuses mutations traversent notre société, et la rapidité des évolutions technologiques accélère la rapidité de ces mutations : mondialisation, digitalisation, nouveaux modèles de développement et de transmission du savoir. La transformation digitale, tous les secteurs l'ont vécue ou la vivent aujourd'hui. Qu'en est-il de l'enseignement supérieur face à ces enjeux d'évolution rapide des modèles ? Les Mooc en sont l'expression parfaite : leur gratuité impose une réflexion profonde au même titre que la nécessité de mutualiser, d'innover et d'internationaliser nos approches. S'ouvrir en somme ! Notre enseignement supérieur et notre recherche sont-ils prêts à affronter ces grands changements ?

Avec :



Eudoxe Denis
Institut de
l'entreprise



Gilles Gleyze
CentraleSupélec



Sylvie Lecherbonnier
EducPros



Animée par
Christine Quentin
Journaliste

Master classes

mercredi 18 mars

de 9h30 à 13h

**Master class 1** DIGITAL - débutant**La stratégie digitale au service de votre développement****Antoine Martel** (iRaiser)**Arnaud Masselin** (adfinitas)

Le digital est un outil de décroisement et de transversalité. Prendre ce virage nécessite de repenser un certain nombre de choses dans votre organisation. Quelle est votre offre en ligne pour vos donateurs, et au-delà pour vos sympathisants ? Avez-vous pensé votre schéma relationnel et votre cycle de communication dans le cadre d'une réelle stratégie digitale ? Enfin, saviez-vous que tout cela se pilote et se mesure ?

Master class 2 RELATIONS ALUMNI - Intermédiaire**La stratégie alumni 360°****Barbara de Colombe** (Fondation HEC)**Kirsty MacDonald** (University of Edinburgh)**Nik Miller** (The Bridge Group)

Au-delà du fundraising, monter et pérenniser une stratégie en direction des alumni, c'est avant tout penser une relation à 360°. Dès les années de scolarité, comment faire naître le sentiment d'appartenance à la communauté de l'établissement ? Quels sont les outils d'animation de la relation auprès des étudiants/élèves (class gift ; challenge inter-promo) ? Ceci pour accroître la fierté d'être membre de l'établissement et de cultiver la tradition du don. Et par rapport aux anciens, quels sont les secrets de la mobilisation réussie ? Comment cultiver le souvenir des années de jeunesse ? Comment répondre aux différents besoins des anciens et ainsi être capable de leur donner pour naturellement recevoir d'eux ? Comment donner du sens au don fait dans le cadre du fonds annuel ? Comment faire de ses anciens des ambassadeurs ? Cette *master class* vous ouvrira des pistes de travail pour le plus grand bénéfice de votre stratégie alumni.

Master class 3 GRANDS DONATEURS - Intermédiaire**Construire un argumentaire pertinent et fédérateur****Sandra Bouscal** (IMD Business School)**Martine Godefroid** (Factory)

Engager durablement donateurs et prospects dans une levée de fonds implique un travail préliminaire de réflexion quant aux ambitions globales de votre institution à plus ou moins long terme. Cette étape incontournable va nécessiter une analyse approfondie des axes de différenciation et des projets transformateurs qui porteront la stratégie de votre organisation et renforceront son positionnement à l'avenir. À travers des exemples concrets, Martine et Sandra aborderont les questions clés auxquelles doit répondre un argumentaire efficace. Elles proposeront des outils méthodologiques inspirés de la philanthropie stratégique. À partir de leurs expériences sur la manière de mobiliser la direction, vous verrez comment mettre en place un processus fédérateur adapté à la situation d'une organisation et à l'avancement de sa réflexion... parce que la construction de votre argumentaire conditionnera le succès de votre fundraising.

« Merci pour cette conférence, j'y ai appris plein de choses et rencontré des gens très intéressants ! »

Véronique Raoult, UVSQ



Master class 4 GRANDS DONATEURS - Intermédiaire

Créer une dynamique grands donateurs via un comité de campagne performant et un programme événementiel stimulant

Frédéric Fournier (Optimus)

Laurent Mellier (Fondation de l'École Polytechnique)
C'est fait : votre organisation s'est lancée dans la collecte grands donateurs et il s'agit désormais de bien mener les choses pour que ce soit une réussite ! Comme votre agenda n'est pas extensible, une stratégie d'ambassadeurs et d'événements sera décisive pour vous épauler dans la prospection et la fidélisation de vos grands donateurs. Maîtrisées avec anticipation et bon sens, ces deux stratégies complémentaires pourront même vous aider à élargir votre périmètre de dons, et/ou à augmenter le don moyen de vos grands donateurs. Cet atelier pratique vous donnera ainsi des pistes pour préparer sereinement ou relancer ces stratégies au sein de votre organisation, pour le succès de votre campagne grands donateurs.

Master class 5

PARTENARIATS ENTREPRISES - tout niveaux Comment approcher les entreprises et répondre à leurs attentes : les fondamentaux

Christel Bériot (Fondation Université de Cergy-Pontoise)

Rodolphe Gouin (Fondation Bordeaux Université)
(Re)découvrez les incontournables des relations entreprises à travers des exemples concrets, mais aussi des outils et méthodologies applicables dans vos structures. De l'identification des besoins à la mise en œuvre d'un partenariat stratégique, les intervenants balaieront les principales étapes de construction d'une relation partenariale avec les entreprises. Ils suivront des exemples concrets de partenariats en place et évalueront les facteurs clés de succès de démarches de collecte de fonds auprès de cette cible aux intérêts très spécifiques, et au potentiel non négligeable.

Master class 6 STRATÉGIE - Expert La fonction du Corporate and Foundation Relations Officer



Nancy Deutsch (Santa Fe Institute)

Nancy Katano (UCLA - University of California, Los Angeles)

Besoin d'enrichir l'organigramme de votre équipe de collecte ? Venez vous inspirer d'un poste qui depuis quelques années est créé dans toutes les fondations universitaires américaines : le *Corporate and Foundation Relation Officer* (CFRO). Sa spécificité ? Historiquement, il utilise la démarche philanthropique de l'entreprise et des fondations comme dans le caritatif. Il est stratégiquement positionné à proximité de la présidence de l'université. En pleine évolution, il a de plus en plus une approche à 360° de la relation entreprise, et favorise l'émergence d'un guichet de contacts unique entre l'établissement et l'entreprise. Grand intérêt pour nous, fundraisers français, les CFRO sont très fortement en réseau (association, publications digitale et print, etc.). Venez partager le savoir-faire américain en matière de relations entreprises. Avec cette *master class*, vous percevrez les tendances de la relation entreprise aux États-Unis, et tout l'intérêt qu'ont les fundraisers à être des professionnels en réseau.

Master class 7 STRATÉGIE - Expert « Masterlab », ou le 1^{er} master interactif de créativité !

Gaël Colin (\EXCEL)

Philippe Doazan (Duniya)

Si le fundraising dans l'enseignement supérieur et la recherche a déjà beaucoup évolué ces dix dernières années... force est de constater qu'il tend aujourd'hui vers un certain conformisme. Mêmes messages, mêmes techniques de collecte, mêmes offres... STOP ! Le fundraising dans l'enseignement supérieur et la recherche doit se réinventer ! C'est ce que vous proposez de faire Philippe Doazan et Gaël Colin, experts en créativité et fundraising, à travers ce master 100% interactif. Venez avec vos problématiques et nous développerons collectivement des nouvelles idées et des pistes d'actions pour y répondre. Une occasion aussi de tester en direct certaines techniques créatives qui pourront vous servir utilement dans votre quotidien de fundraiser. Si vous avez le goût de l'innovation et de la remise en cause, ce « masterlab » est fait pour vous !

Les ateliers sont d'1h30,
hors formats spécifiques :



Ateliers

STRATÉGIE

De la stratégie à sa mise en œuvre au jour le jour, nous avons à cœur de couvrir les thèmes qui font le quotidien des fundraisers, tels que :

1 | tous niveaux

« Quel chemin parcouru » : Unistra : finir une campagne en beauté

Alice Couégnas, Patrick Llerena
(Fondation Unistra)

Le 11 Février 2015, la fondation Unistra clôture sa campagne. Comment trouver un nouveau souffle pour s'organiser en vue d'une nouvelle campagne ? Découvrons l'évolution de la stratégie de collecte de la fondation Unistra de l'université de Strasbourg. Comment ont-ils réussi à fédérer chercheurs et médecins autour de ce grand projet de collecte ? Comment industriels et philanthropes ont été associés ? Une histoire riche pour bien comprendre le fundraising.

2 | tous niveaux

SESSION DOUBLÉE

Comment mobiliser les enseignants chercheurs

Penny Hunt
(Marts & Lundy)



Être acteur de mobilisation de toutes les énergies, toutes les parties prenantes, oui, mais comment faire ? Intéresser les acteurs de la recherche en interne, consolider l'expertise acquise par les équipes d'enseignants chercheurs, créer une dynamique autour de projets nouveaux ... Des exemples concrets qui illustrent la possibilité de voir fundraisers et chercheurs travailler ensemble.

3 | intermédiaire

Les fondamentaux d'une stratégie de collecte à l'international

Ian Edwards, Joanna Motion
(More Partnership)



Le marché français de la collecte, à l'instar de l'économie, n'est pas à la croissance... Recruter de nouveaux donateurs hors des frontières françaises est devenu de plus en plus intéressant pour nos organisations. Comment faire ? Comment choisir le bon pays ? Quelles sont les étapes pour construire un programme de collecte dans un nouveau pays ? Comment éviter les erreurs commises par d'autres avant vous ? Cet atelier interactif, fondé sur l'expertise de Ian Edwards et Joanna Motion, vous donnera les clés du succès.

4 | expert

Fundraising émergent au Moyen-Orient

Christopher Carnie (Factory)
Houssam Chahine (UNHCR)



La collecte se développe au Moyen-Orient. Comment bien appréhender la culture du levant et sa tradition multiséculaire de philanthropie ? Où sont les racines de cette philanthropie ? Quelles en sont les règles du jeu aujourd'hui ? Dans une session très concrète, Christopher Carnie partage ses recherches et son expérience du Moyen-Orient. Quels sont les philanthropes et fondations les plus importants de la région ? Comment construire un programme grands donateurs / donateurs stratégiques en tenant compte des spécificités culturelles et religieuses de cette région du globe ? Vous verrez combien le fundraising peut s'inculquer !

5 | expert

Le marché français est-il capable d'absorber une 2^{ème} série de campagnes majeures ?

Barbara de Colombe (Fondation HEC)
Nathalie Levallois (Sciences Po)



HEC, Polytechnique, Unistra... tous ces établissements viennent de terminer leur campagne pluriannuelle avec succès. Tous se questionnent sur l'opportunité de se lancer de nouveau dans l'aventure. Mais comment remobiliser de grands donateurs ? L'engagement des bénévoles au service de la campagne est-il facilement renouvelable ? Cela dit, après un succès, existe-t-il réellement une alternative ? Peut-on aujourd'hui faire autrement que de lancer une campagne ? Autant de questions qui ouvrent un débat : en France, existe-t-il un marché pour de nouvelles campagnes majeures ?



PARTENARIATS ENTREPRISES

6 | intermédiaire

La chaire : le fruit d'une collaboration

Christian Caye (Vinci)

Corinne Degoutte (Fondation ESSEC)

Wafa Skalli (ENSAM)

La chaire est un élément important de la relation avec les entreprises. Réussir son montage, et la rendre pérenne est le fruit d'une collaboration réussie entre le fundraiser, le chercheur et l'entreprise. Au-delà du montant à mobiliser et de la durée de la chaire, c'est bien la mise au clair du rôle des universitaires, des mécènes, et de la fondation dans son animation qui permet de bâtir un partenariat solide. Dans un atelier très pratique et basé sur une réelle expertise dans le domaine, nos animateurs partagent leur secret d'un montage de chaire réussi.

7 | expert

Campus Manager - Responsable Partenariats Entreprises : les clés d'un dialogue réussi

Nicolas Burckel (ESSEC Business School)

Brigitte Durand (Veolia)

Le secteur de l'enseignement supérieur et de la recherche a besoin de communiquer autrement vis-à-vis des entreprises, des mécènes, de s'adresser aux bons interlocuteurs, avec un vocabulaire adapté, les informations pertinentes, etc. Cette évolution est cruciale et les fundraisers ont un rôle majeur à jouer. Mais notre effort ne peut se limiter à produire des outils de communication modernes et bien marketés. Comment répondre aux besoins et aux attentes une fois que l'entrée en relation a été effectuée ? Qui le fait (le fundraiser, les services concernés dans l'université ou l'école ?) ? Avec quelle réactivité, quel suivi ? Cet atelier est l'occasion de confronter nos pratiques à l'expertise des campus managers sur des sujets relevant des relations entre entreprises et enseignement supérieur.

8 | expert

Monter un programme de recherche financé par le mécénat : mode d'emploi, avantages et inconvénients

Stéphanie Lanson (Agrégate Consulting)

Suzanne Poitou (Fondation Bordeaux
Université)

Parallèlement au contrat de recherche classique, le mécénat peut-il permettre à l'entreprise d'être partenaire financier des travaux de recherches ? Quels en sont les avantages pour chacune des parties par rapport aux collaborations ou aux prestations ? Comment gère-t-on la propriété intellectuelle avec le mécène ? Le champ des possibles est vaste : don financier, don en nature, don de compétence. Comment intégrer ces facettes du mécénat d'entreprise à un programme de recherche ? Quels sont les liens avec le crédit impôt recherche ? Quels sont les pièges à éviter, les engagements qu'on ne peut tenir auprès d'un prospect au moment de la sollicitation ? Pour bien comprendre les contraintes de l'entreprise, revenons aussi sur les difficultés qu'elle rencontre en interne dans cette démarche de mécénat. Un atelier animé par des experts pour bien comprendre les étapes du fundraising et le montage du projet, car ici l'un ne va pas sans l'autre.





En partenariat avec



RELATIONS ALUMNI

9 | débutant SESSION DOUBLÉE

Transformer vos alumni en donateurs grâce au marketing, c'est possible !

David Alonso (Faircom Paris)

Delphine Baron (Fondation Telecom)

Transformer ses anciens en donateurs est un vrai challenge. En France, on sous-estime l'importance stratégique de nos anciens. Pourquoi relever un tel défi ? Avec quels outils ? Marketing direct ou pas ? Quelles méthodologies ? Quels liens avec la communication ? Comment y articuler petit et grand dons ? Comment recréer le lien ? Avec la Fondation Telecom, David Alonso nous présentera une approche méthodologique basé sur un cas concret.

10 | débutant

10 conseils pour aborder ses alumni

Nik Miller (The Bridge Group)



Découvrez 10 principaux conseils pour établir et maintenir un programme alumni réussi. Pendant cet atelier, nous aborderons les différents aspects à prendre en compte pour se lancer : quels sont les objectifs de la gouvernance ? Comment utiliser sa base de données ? Quels événements mettre en place ? Et enfin, comment créer un lien entre relations alumni et collecte de fonds ? Une session interactive où toutes les questions pourront être posées !

11 | intermédiaire

Comment et pourquoi atteindre efficacement vos alumni à l'international ?

Nathalie Bousseau (Fondation École Centrale Paris)

Anne-Gaëlle Chassard (École des Mines de Nancy)

L'internationalisation fait aujourd'hui partie de la stratégie de développement de nombre d'institutions. Cette stratégie ne se fait pas seule : une marque forte à l'international, c'est aussi une communauté d'alumni à l'étranger dynamique et informée... une cible de la levée de fonds. Alors entre *Trust*, *Friends of Transnational Giving Europe*... quels outils et quels investissements, pour quelle stratégie ? Aucune solution n'est optimale, tout dépend de votre structure, de la répartition et du dynamisme de votre communauté d'alumni. Les intervenants, familiers de la collecte à l'international à différentes échelles, vous expliqueront la stratégie qu'ils ont adoptée et leurs résultats :



les astuces, les bonnes idées mais aussi les écueils à éviter. Cet atelier vous propose une vision globale de cet axe de collecte, de l'animation de la communauté des alumni en partenariat avec votre association d'anciens à la mise en place opérationnelle de la levée de fonds.

12 | expert

Comment mesurer sa stratégie alumni ?

Nik Miller (The Bridge Group)



Comment pouvons-nous mesurer l'impact et l'efficacité de notre stratégie de relation alumni ? Aborder cette relation avec une telle perspective oblige à rendre effective une stratégie relationnelle, et à être capable de questionner des objectifs initialement globaux. Nik Miller s'appuie sur les tendances mondiales pour mesurer les engagements et les contributions des anciens dans la collecte.



PHILANTHROPIE ET GRANDS DONATEURS

13 | tous niveaux

Ouragan dans la cervelle : le stewardship, dégager les 10 best practices

Sandra Bouscal (IMD Business School)

Virginie de Maupeou (Fondation des

Apprentis d'Auteuil)

Elisabetta Scanferla-Schmitt

(Universcience)

Le stewardship, ou l'art de l'accompagnement et de la fidélisation de vos donateurs, est un sujet central de la stratégie donateurs. Mais comment en avoir une vision innovante ? Comment renouveler cet exercice complexe ? Nous vous proposons un atelier novateur : après un rapide apport sur la méthodologie traditionnelle de la relation donateur, vous allez partager, débattre et échanger vos expériences et faire évoluer l'exercice du stewardship. Parce qu'ensemble nous sommes plus forts, venez reconstruire votre vision.



14 | tous niveaux

Session pitch : entraînement à l'entretien avec un donateur potentiel

Bénédicte Gallon-Saltarelli

(Fondation Bettencourt Schueller)

Delphine Hébrard (Fonds de dotation

Entreprendre pour Aider)

Raphaëla Kitson-Pantano (Fonds AXA

pour la Recherche)

Bien réussir un entretien avec un donateur potentiel ou un mécène, cela demande un travail de préparation. Cette session vous amène de la théorie à la pratique : rappel de la méthodologie, pitch de certains porteurs de projet volontaires, retour d'un panel d'expert puis échange avec la salle... Apprendre ensemble des réactions à chaud, une nouveauté pour la conférence.



Animateur : **Alexandre Martini** (Optimus)

15 | tous niveaux

Acculturation aux stratégies grands donateurs

Nathalie Levallois (Sciences Po)

Le développement de stratégies grands donateurs a connu un essor sans précédent au cours de ces 5 à 10 dernières années sous l'impulsion en particulier du secteur de l'enseignement supérieur. Mais cela ne s'est pas fait et ne se fait pas sans une bonne dose de pédagogie et de patience... Car se lancer et faire perdurer une stratégie grands donateurs demande une forme d'acculturation ; il faut apprendre de nouveaux réflexes, de nouveaux langages, s'ouvrir à de nouveaux univers. Acculturation des équipes, acculturation de la gouvernance, acculturation des partenaires, etc. Un long fleuve pas toujours tranquille... Venez partager vos expériences avec des experts de la collecte auprès de grands donateurs ! Des trucs et astuces par des professionnels pour des professionnels, des anecdotes, du vécu, le tout toujours dans une ambiance conviviale et bienveillante !



16 | tous niveaux

Traditions familiales de mécénat : témoignages de philanthropes

Béatrice de Durfort (Centre français des Fonds et Fondations)

Marie-Stéphane Maradeix

(Fondation Daniel et Nina Carasso)

Philanthropie familiale : que savons-nous des motivations qui la sous-tendent, des attentes de ces mécènes, qui, jusque-là, préféraient l'ombre à la lumière ? Pour mieux comprendre la philanthropie familiale, son histoire, sa réalité en France et à l'international, venez écouter Béatrice de Durfort et Marie-Stéphane Maradeix, toutes deux spécialistes de la philanthropie. Quand l'histoire d'une famille croise les désirs des individus qui la composent...



17 | intermédiaire

Comment mettre en place une stratégie grands donateurs from scratch : l'aventure de Clinatéc

Alix Fougeron (Clinatéc)

Nathalie Perrin (Co-Influence)

Découvrez l'aventure du centre de recherche biomédicale Clinatéc ! Adossée au CEA et au CHU de Grenoble, cette organisation naissante inconnue du grand public s'est lancée dans une campagne grands donateurs ambitieuse. Sans culture du fundraising, ni compétences dans la levée de fonds, elle structure sa démarche pour réunir toutes les conditions nécessaires afin de réussir une grande campagne. Une présentation du chemin parcouru, de la méthodologie à la réalité...

18 | **intermédiaire** **À la recherche de vos philanthropes**

Caroline Aber (Fondation École
Centrale Paris)
Sophie Le Maire (VEXCEL)

Face à une philanthropie en pleine expansion, comment évaluer le potentiel de votre organisation à lever de grands dons ? Qui sont ces philanthropes et quelles sont leurs motivations ? Sont-ils des prospects pour votre organisation ? Comment identifier VOS grands donateurs potentiels et comment évaluer leur capacité de don ? Venez découvrir l'importance de la recherche (*Prospect Research*) pour asseoir votre stratégie de développement et instruire l'approche et la sollicitation de vos meilleurs prospects.



ENVIRONNEMENT DE LA COLLECTE

19 | **BDD/CRM** **débutant**

**Retrouver vos anciens, enrichir
vos données : les outils existent**

Samuel Sonnenfeld (Brand &
Consumer Technologies)

Les anciens élèves représentent aujourd'hui un véritable défi pour les écoles ou universités qui souhaitent reprendre la parole auprès de contacts ayant quitté leur établissement depuis des dizaines d'années. Mais comment créer ou reconstruire une base de données complète, multicanale, et exploitable pour vos campagnes auprès de vos anciens élèves à partir des éléments disponibles au sein de votre établissement ? Cette session vous apportera quelques pistes pour vous donner les moyens de réussir dans cette mission qui n'est pas impossible !

20 | **BDD/CRM expert**

**Appels d'offre : Comment bien définir
vos besoins en amont pour ne pas le
regretter ensuite ?**

Michaël Monchalain (Eudoweb)
Jennifer Stephenson (Toulouse School
of Economics - TSE)



Parce que se lancer dans un appel d'offre sur sa base de données nécessite de la méthode, l'intervenant fera un point sur les différentes étapes à mener, ce que doit comporter un cahier des charges, les compétences nécessaires ou encore comment conduire la phase de tests avant de basculer dans un nouveau système.

21 | **MARKETING DIRECT** **intermédiaire**

**Et si de la marge inexploitée se cachait
dans vos messages ? Découvrez (ou
redécouvrez) les techniques simples de
la rédaction, au service de l'efficacité**

Christophe Herlédan (Mint)

Vous écrivez ou faites écrire des messages de sollicitation ? Alors cette session est faite pour vous. Le diable de la collecte est dans les détails... de la rédaction. Pour être compris, ou pour faire agir, il ne suffit pas d'écrire ce que l'on veut dire... mais plutôt de tenir compte de ce que le lecteur comprendra et retiendra. Et pour cela, il y a des techniques très simples à appliquer. Spécialiste de la rédaction conception de message de sollicitation, l'intervenant présente ici une session pratique, illustrée de nombreux exemples.

22 | **DIGITAL tous niveaux**

**Petits dons, crowdfunding et
mobilisation : le web au service
de votre stratégie alumni**

Nancy Katano (UCLA - University of
California, Los Angeles)



Le secteur de l'enseignement supérieur et la collecte de dons par le web seraient-ils inconciliables ? Eh bien, non, c'est possible ! Venez découvrir, à travers l'expérience de l'UCLA, comment réussir à mobiliser des donateurs petits et grands grâce au web. Car celui-ci se révèle être à la fois un outil de collecte, mais également de mobilisation et de sensibilisation très fort par l'utilisation des réseaux sociaux, de votre site internet et des plateformes de *crowdfunding*. Découvrez comment, avec peu de moyens, on peut obtenir de grandes victoires !



Ateliers

23 | DIGITAL expert

Du bon usage de LinkedIn pour animer votre communauté et identifier vos prospects

Charles Hardy (LinkedIn)



Nous n'employons qu'une partie infime des fonctionnalités qu'offrent LinkedIn. C'est un outil puissant qui peut s'apparenter à une base de données externe et permettant de retrouver vos anciens grâce à des critères très fins et à une très bonne qualité d'information. Et pour cause, elle est mise à jour par les utilisateurs eux-mêmes : le bonheur ! Encore faut-il savoir l'utiliser. Venez vous immerger dans cet outil puissant !

24 | JURIDIQUE ET FISCAL

expert

Quelle structure pour quelle stratégie ?

Philippe-Henri Dutheil (EY)

Kathleen McLeod-Trémaux (EY)

Le paysage juridique et fiscal en perpétuelle évolution ouvre le champ des possibles. Comment utiliser les opportunités nouvelles ? Une fondation abritante ? Un fonds de dotation ? La structure à bâtir est celle qui reflète le mieux votre stratégie, mais aussi vos capacités internes d'investissement humain. Des exemples concrets pour vous faire partager de riches expériences.

25 | JURIDIQUE ET FISCAL

expert

Mécénat : identifier et éviter les risques

Bernard Bazillon (KPMG)

Michèle Hannyer (conseil juridique et fiscal)

Stéphanie Lanson (Agrégative Consulting)

Le type et l'amplitude des risques auxquels nous sommes confrontés évoluent. Qu'ils soient juridiques, fiscaux, financiers ou qu'ils touchent à la notoriété de nos institutions, bien les gérer est fondamental pour assurer la pérennité de notre collecte. Que vous démarriez votre activité, ou que vous souhaitiez vérifier vos connaissances, venez profiter de l'expérience de trois spécialistes. À la clé : une check-list des principaux points de vigilance à ne pas négliger et un temps partagé pour répondre aux questions qui touchent votre institution.

26 | DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

tous niveaux

Prendre soin de soi pour éviter le burn-out

Anita Olland (Solutions for Human Excellence)



Dans le secteur de l'intérêt général, l'engagement, la mission et les responsabilités riment souvent avec vocations et talents. Dans notre monde où l'enseignement et la recherche sont primordial pour le futur, comment ne pas se laisser consumer par son engagement ? L'animatrice propose un atelier pour instaurer la réflexion et découvrir des astuces au quotidien afin de prendre soin de soi, prévenir le burn-out, mieux gérer les pressions et le stress nocif qu'elles génèrent.

27 | COMMUNICATION

tous niveaux

SESSION DOUBLÉE

Communication et collecte de fonds : comment bien les intégrer ?

Astrid L'Ange (Fondation de l'École Polytechnique)

Yann Le Touher (Réunion des Musées Nationaux - Grand Palais)

L'articulation entre communication institutionnelle et communication de collecte de fonds est un enjeu important pour nos institutions. Quels enjeux ces deux types de communication soulèvent-ils ? Comment peut-on réussir à créer des synergies ? Les intervenants partageront avec nous leurs expériences de terrain en fundraising.



Speedfundatings

Jeudi 19 mars de 12h30 à 13h30

Par groupe de 4, rencontrez un expert du fundraising sur une thématique prédéfinie. Vous pourrez ainsi lui poser toutes vos questions, et profiter de ce moment d'apprentissage par l'échange.

Inscriptions sur place, à l'accueil.

- **speedfunding 1**
Olivier Albessard (Philanthropia)
Le développement grands donateurs
- **speedfunding 2**
Nicolas Boulan (Brakeley Associés)
Le développement grands donateurs
- **speedfunding 3**
Sophie Le Maire (\EXCEL)
Le développement grands donateurs
- **speedfunding 4**
Céline Mathieux (Co-Influence)
Le développement grands donateurs
- **speedfunding 5**
Arnaud Marcihacy (Brakeley Associés)
Le développement grands donateurs à l'international
- **speedfunding 6**
Éric Dutertre (\EXCEL)
Le fundraising on-line
- **speedfunding 7**
Claude Pouvreau (Optimus)
Le fundraising on-line
- **speedfunding 8**
Arnaud Richard (Eudonet)
Questions diverses BDD et CRM
- **speedfunding 9**
Sandrine Marion-Goater (Cabinet Marion)
Questions diverses juridiques et fiscales



Coaching personnalisé

Mercredi 18 mars

de 13h15 à 13h45 et
de 13h45 à 14h15

Jeudi 19 mars

de 12h45 à 13h15

Intervenants

- Gaël Colin (\EXCEL)
- Charlotte Fortun (Optimus)
- Sophie Le Maire (\EXCEL)
- Alexandre Martini (Optimus)
- Lyoko Miyoshi (\EXCEL)



Parcours thématiques

D : débutant

TN : tous niveaux

I : intermédiaire

E : expert

Afin de vous aider à faire un choix judicieux, nous vous proposons les parcours ci-dessous, composés selon des critères de niveaux et de fonctions. Laissez-vous tenter !



● **Parcours débutant (- de 2 ans de fundraising)** Vous débutez dans le fundraising. Voici une proposition d'ateliers qui vous donneront de bonnes clés pour initier votre stratégie de collecte.

jour	heure	niveau	titre de la session	n°	thématique
mercredi	9h30-13h	I	La stratégie alumni à 360° 	<i>Master class</i> 2	Relations alumni
	14h30-16h	I	Comment mettre en place une stratégie grands donateurs from scratch : l'aventure de Clinatéc	<i>atelier</i> 17	Philanthropie et grands donateurs
jeudi	9h-10h30	D	Retrouver vos anciens, enrichir vos données : les outils existent	19	Environnement de la collecte - BDD/CRM
	11h-12h30	TN	Communication et collecte de fonds : comment bien les intégrer ?	27	Environnement de la collecte - Communication
	13h30-15h	TN	« Quel chemin parcouru » : Unistra : finir une campagne en beauté	1	Stratégie
	15h-16h	I	Comment et pourquoi atteindre efficacement vos alumni à l'international ?	11	Relations alumni

● Parcours pour les directeurs du développement

jour	heure	niveau	titre de la session	n°	thématique
mercredi	9h30-13h	E	La fonction du <i>Corporate and Foundation Relations Officer (CFRO)</i> 	<i>Master class</i> 6	Stratégie
	14h30-16h	I	La chaire : le fruit d'une collaboration	<i>atelier</i> 6	Partenariats entreprises
jeudi	9h-10h30	TN	Comment mobiliser les enseignants chercheurs 	2	Stratégie
	11h-12h30	E	Le marché français est-il capable d'absorber une 2 ^{ème} série de campagnes majeures	5	Stratégie
	13h30-15h	TN	Ouragan dans la cervelle : le <i>stewardship</i> , dégager les 10 <i>best practices</i>	13	Philanthropie et grands donateurs
	15h-16h	TN	Prendre soin de soi pour éviter le burn-out	26	Environnement de la collecte - Développement personnel

● Parcours pour les responsables Fonds annuel

jour	heure	niveau	titre de la session		n°	thématique
mercredi	9h30-13h	I	Construire un argumentaire pertinent et fédérateur	Master class	3	Grands donateurs
	14h30-16h	D	Transformer vos alumni en donateurs grâce au marketing, c'est possible !	atelier	9	Relations alumni
jeudi	9h-10h30	D	Retrouver vos anciens, enrichir vos données : les outils existent		19	Environnement de la collecte - BDD/CRM
	11h-12h30	TN	Communication et collecte de fonds : comment bien les intégrer ?		27	Environnement de la collecte - Marketing direct
	13h30-15h	I	Et si de la marge inexploitée se cachait dans vos messages ?...		21	Environnement de la collecte - Communication
	15h-16h	E	Appels d'offre : comment bien définir vos besoins en amont pour ne pas le regretter ensuite ?		20	Environnement de la collecte - BDD/CRM

● Parcours pour les responsables Relations entreprises

jour	heure	niveau	titre de la session		n°	thématique
mercredi	9h30-13h	TN	Comment approcher les entreprises et répondre à leurs attentes : les fondamentaux	Master class	5	Partenariats entreprises
	14h30-16h	E	Campus Manager - Responsable Partenariats Entreprises : les clés d'un dialogue réussi	atelier	7	Partenariats entreprises
jeudi	9h-10h30	E	Monter un programme de recherche financé par le mécénat : mode d'emploi, avantages et inconvénients		8	Partenariats entreprises
	11h-12h30	E	Comment mesurer sa stratégie alumni ? 		12	Relations alumni
	13h30-15h	E	Mécénat : identifier et éviter les risques		25	Environnement de la collecte - Juridique et fiscal
	15h-16h	TN	Comment mobiliser les enseignants chercheurs ? 		2	Stratégie

● Parcours pour les responsables Grands donateurs

jour	heure	niveau	titre de la session		n°	thématique
mercredi	9h30-13h	I	Créer une dynamique grands donateurs via un comité...	Master class	4	Grands donateurs
	14h30-16h	E	Fundraising émergent au Moyen-Orient 	atelier	4	Stratégie
jeudi	9h-10h30	I	À la recherche de vos philanthropes		18	Philanthropie et grands donateurs
	11h-12h30	E	Le marché français est-il capable d'absorber une 2 ^{ème} série de campagnes majeures		5	Stratégie
	13h30-15h	TN	Ouragan dans la cervelle : le <i>stewardship</i> , dégager les 10 <i>best practices</i>		13	Philanthropie et grands donateurs
	15h-16h	TN	Acculturation aux stratégies grands donateurs		15	Philanthropie et grands donateurs

jour	heure	niveau	titre de la session	n°	thématique
mercredi	9h30-13h	I	Construire un argumentaire pertinent et fédérateur	<i>Master class</i> 3	Grands donateurs
	13h15-14h15		Session de <i>coaching</i> personnalisé		
	14h30-16h	TN	Traditions familiales de mécénat : témoignages de philanthropes	16	Philanthropie et grands donateurs
jeudi	9h-10h30	TN	Session <i>pitch</i> : entraînement à l'entretien avec un donateur potentiel	14	Philanthropie et grands donateurs

● **Parcours « Ouvrez vos horizons »**

jour	heure	niveau	titre de la session	n°	thématique
mercredi	9h30-13h	E	« <i>Masterlab</i> », ou le 1 ^{er} master interactif de créativité !	<i>Master class</i> 7	Stratégie
	14h30-16h	E	Fundraising émergent au Moyen-Orient 	atelier 4	Stratégie
jeudi	9h-10h30	TN	Petits dons, le <i>crowdfunding</i> et mobilisation : le web au service de votre stratégie alumni	22	Environnement de la collecte - Digital
	11h-12h30	E	Quelle structure pour quelle stratégie ?	24	Environnement de la collecte - Juridique et fiscal
	13h30-15h	E	Du bon usage de LinkedIn pour animer votre communauté et identifier vos prospects 	23	Environnement de la collecte - Digital
	15h-16h	TN	Prendre soin de soi pour éviter le burn-out	26	Environnement de la collecte - Développement personnel

Comité de pilotage

L’AFF souhaite remercier les 7 membres du Comité de pilotage qui ont grandement contribué à l’élaboration du programme de cette 10^{ème} édition :



Nathalie Bousseau
(École Centrale Paris)



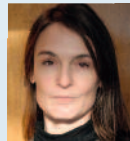
Solenne Couraye du Parc
(École des Mines)



Barbara de Colombe
(Fondation HEC et vice-présidente de l’AFF)



Rodolphe Gouin
(Fondation Bordeaux Université et administrateur de l’AFF)



Joanna Jammes
(L’ENVOL)



Mélina Mercier
(Fondation UPMC)



Léa Sarica
(Fondation HEC)

QualiData

www.qualidata.fr

Optimus

www.optimus.fr

Philanthrôpia

www.philanthropia.fr

Rencontrez-nous : Alexandre Martin - amartin@optimus.fr - 01 78 99 45 55 - 4, rue Bernard Palissy 92800 Putaux

Les meilleures ressources grandissent en chacun de nous, il suffit de les révéler.

ressources tant en France qu'à l'international... tout cela avec vous !

secteur de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, le fundraising se doit d'évoluer encore. Notre objectif commun chez QualiData, Optimus, Philanthrôpia, QualiData est de vous guider dans ce nouveau monde : sélectionner les meilleures opportunités, vous amener à un schéma intégré de fundraising et faire émerger de nouvelles ressources tant en France qu'à l'international... tout cela avec vous !

NOTRE OFFRE FUNDRAISING 360° : MARKETING RELATIONNEL - MARKETING DIGITAL - COMMUNICATION DE MOBILISATION
GESTION RELATION DONATEURS - ÉVÉNEMENTIEL DE COLLECTE - STRATÉGIE GRANDS DONATEURS - STRATÉGIE LEGS ET DONATIONS

LES MEILLEURES RESSOURCES GRANDISSENT EN NOW





atelier



atelier focus



table-ronde



master class



speedfunding

coaching
personnalisé

place du forum

table
networking

Les intervenants



18

Caroline AberFONDATION ÉCOLE
CENTRALE PARIS
Prospect research manager

PLÉNIÈRE

**Hervé Biaisser**CENTRALESUPELEC
Directeur**Yaële Aferiat**ASSOCIATION FRANCAISE
DES FUNDRAISERS
Directrice

SPF 2

Nicolas BoulanBRAKELEY ASSOCIÉS
Associé gérant

SPF 1

Olivier AlbessardPHILANTHRÔPIA
Directeur adjoint

MC 3

Sandra BouscalIMD BUSINESS SCHOOL
Directrice du fundraising

9

David AlonsoFAIRCOM PARIS
Directeur général

11

Nathalie BousseauFONDATION ÉCOLE
CENTRALE PARIS
Directrice du mécénat

9

Delphine BaronFONDATION TELECOM
Reponsable mécénat

TR 1

Robert BruncelMINES PARISTECH
Président de campagne

PLÉNIÈRE

**Laurent Batsch**
UNIVERSITÉ
PARIS-DAUPHINE
Président

7

Nicolas BurckelESSEC BUSINESS SCHOOL
Directeur pôle entreprises

25

Bernard BazillonKPMG
Directeur associé

4

Christopher CarnieFACTORY
Directeur

MC 5

Christel BeriotFONDATION UNIVERSITE
DE CERGY-PONTOISE
Directrice générale

6

Christian CayeVINCI
Délégué au développement durable



4

Houssam Chahine
UNHCR
Responsable partenariats et philanthropie



TR 1

Benoît Deprez
INSTITUT PASTEUR DE LILLE /
UNIVERSITÉ DE LILLE 2
Chercheur



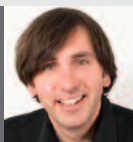
11

Anne-Gaëlle Chassard
ÉCOLE DES MINES
DE NANCY
Responsable de la levée de fonds



MC 6

Nancy Deutsch
SANTA FE INSTITUTE
Vice-présidente



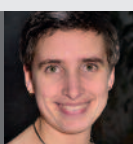
MC 7

Gaël Colin
\EXCEL
Directeur conseil



MC 7

Philippe Doazan
DUNIYA
Consultant



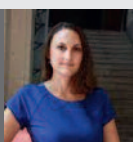
1

Alice Couégnas
FONDATION UNIVERSITE DE
STRASBOURG UNISTRA
Responsable de campagne



7

Brigitte Durand
VEOLIA
Directrice promotion des métiers



Solenne Couraye du Parc
MINES PARISTECH
Mécénat et relations entreprises



SPF 6

Éric Dutertre
\EXCEL
Président



TR 1

Albert David
UNIVERSITE
PARIS-DAUPHINE
Enseignant-chercheur



24

Philippe-Henri Dutheil
EY
Associé



MC 2

Barbara de Colombe
FONDATION HEC
Déléguée générale



3

Ian Edwards
MORE PARTNERSHIP
Partner



16

Béatrice de Durfort
CENTRE FRANCAIS DES
FONDS ET FONDATIONS
Déléguée générale



Charlotte Fortun
OPTIMUS
Directrice commerciale



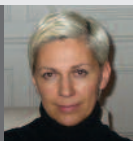
13

Virginie de Maupeou
FONDATION DES APPRENTIS
D'AUTEUIL
Responsable philanthropie



17

Alix Fougeron
CLINATEC
Chargée de mécénat



6

Corinne Degoutte
FONDATION ESSEC
Déléguée générale



MC 4

Frédéric Fournier
OPTIMUS
Directeur général



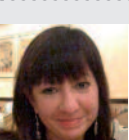
TR 2

Eudoxe Denis
INSTITUT DE L'ENTREPRISE
Directeur des études



14

Bénédicte Gallon-Saltarelli
FONDATION BETTENCOURT
SCHUELLER
Responsable audit, contrôle et évaluation

		TR 2 Gilles Gleyze CENTRALESUPELEC <i>Directeur du développement</i>			27 Astrid L'Ange FONDATION DE L'ÉCOLE POLYTECHNIQUE <i>Responsable de la communication</i>
		MC 3 Martine Godefroid FACTORY <i>Managing Director Europe</i>			8 25 Stéphanie Lanson AGRÉGATIVE CONSULTING <i>Présidente fondatrice</i>
		MC 5 Rodolphe Gouin FONDATION BORDEAUX UNIVERSITÉ <i>Directeur</i>	  		18 Sophie Le Maire VEXCEL SPF 3 <i>Directrice conseil</i>
		25 Michèle Hannyoy <i>Conseil juridique et fiscal</i>			27 Yann Le Touher RMN - GRAND PALAIS <i>Chef du service mécénat</i>
		23 Charles Hardy LINKEDIN <i>Responsable relations enseignement supérieur</i>			TR 2 Sylvie Lecherbonnier EDUCPROS <i>Journaliste</i>
		14 Delphine Hebrard FONDS DE DOTATION ENTREPRENDRE POUR AIDER <i>Déléguee générale</i>			5 15 Nathalie Levallois SCIENCES PO <i>Directrice adjointe</i>
		21 Christophe Herledan MINT <i>Directeur</i>			1 Patrick Llerena FONDATION UNIVERSITE DE STRASBOURG UNISTRA <i>Directeur général</i>
		2 Penny Hunt MARTS & LUNDY <i>Consultante sénior</i>			MC 2 Kirsty Macdonald UNIVERSITÉ D'EDIMBOURG <i>Executive director, development and alumni engagement</i>
		TR 1 Pierre Hurstel TOULOUSE BUSINESS SCHOOL			SPF 4 Céline Mathieux CO-INFLUENCE <i>Directrice associée</i>
 		MC 6 22 Nancy Katano UCLA - UNIVERSITY OF CALIFORNIA, LOS ANGELES <i>Directrice du développement</i>			16 Marie-Stéphane Maradeix FONDATION DANIEL ET NINA CARASSO <i>Déléguee générale</i>
		14 Raphaëla Kitson-Pantano FONDS AXA POUR LA RECHERCHE <i>Chargée de recherche et de partenariats « Risques Vie Humaine et Santé »</i>			SPF 5 Arnaud Marcilhacy BRAKELEY ASSOCIÉS <i>Associé Gérant</i>



SPF 9

Sandrine Marion-Goater
CABINET MARION
Avocate



TR 1

Jean-Marc Pautras
CREDIT COOPERATIF
Responsable développement



MC 1

Antoine Martel
IRAISER
Directeur associé et co-fondateur



17

Nathalie Perrin
CO-INFLUENCE
Directrice associée



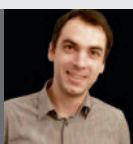
14

Alexandre Martini
Optimus
Directeur général adjoint



8

Suzanne Poitou
FONDATION BORDEAUX
UNIVERSITÉ
Fundraiser



MC 1

Arnaud Masselin
ADFINITAS
Directeur digital



SPF 7

Claude Pouvreau
OPTIMUS
Directeur Conseil marketing digital



24

Kathleen Mcleod-Tremaux
EY
Avocate



TR 2

Christine Quentin
DEL'HOMME
Journaliste



MC 4

Laurent Mellier
FONDATION DE L'ÉCOLE
POLYTECHNIQUE
Directeur du développement



SPF8

Arnaud Richard
EUDONET
Ingénieur d'affaires

10
12

Nik Miller
THE BRIDGE GROUP
Directeur

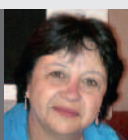


13

Elisabetta Scanferla-Schmitt
UNIVERSCIENCE
Délégue au mécénat



Lyoko Miyoshi
EXCEL
Directrice associée



6

Wafa Skalli
ENSAM
Professeur des Universités



20

Michaël Monchalin
EUDOWEB
Ingénieur commercial



19

Samuel Sonnenfeld
BRAND & CONSUMER
TECHNOLOGIES
Chief data officer



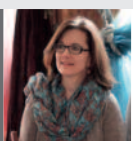
3

Joanna Motion
MORE PARTNERSHIP
Partner



20

Jennifer Stephenson
TOULOUSE SCHOOL OF
ECONOMICS - TSE
*Chargée de commission scientifique
et des relations presse*



26

Anita Olland
SOLUTIONS FOR HUMAN
EXCELLENCE
Fondatrice



Ils soutiennent la

10^e conférence de fundraising pour l'enseignement supérieur et la recherche

Partenaire principal

\EXCEL est la principale agence conseil en fundraising et philanthropie en France pour tous les acteurs de l'intérêt général. Depuis plus de 25 ans, l'agence conçoit et met en œuvre des stratégies de communication et de développement de ressources privées au profit des associations, fondations, établissements d'enseignement supérieur et de recherche, hôpitaux publics et privés, institutions culturelles, collectivités... \EXCEL élabore et pilote des campagnes globales cross-canal dans toutes les disciplines de la collecte de fonds : marketing direct, e-marketing, événementiel, stratégies legs et grands donateurs, partenariats entreprises, opérations pluri-media... L'an dernier, nos 10 premiers clients ont affiché une croissance de 7,9%, deux fois supérieure à celle observée sur le marché. www.excel.fr



Partenaire or

Parce qu'aujourd'hui les canaux, les organisations, les sollicitations se multiplient, et particulièrement dans le secteur de l'enseignement supérieur et de la recherche, le fundraising se doit d'évoluer en permanence. Notre objectif commun chez **Optimus, Philanthrôpia, Qualidata** est de vous guider dans ce nouveau monde : sélectionner les meilleures opportunités, vous amener à un schéma intégré de fundraising et faire émerger de nouvelles ressources tant en France qu'à l'international... tout cela avec vous ! Les meilleures ressources grandissent en chacun de nous, il suffit de les révéler. Notre offre Fundraising 360° : marketing relationnel, marketing digital, communication de mobilisation, stratégies grands donateurs, stratégies legs et donations, événementiel de collecte, gestion de la relation donateurs.



Partenaire argent

Le Crédit Coopératif est la banque de l'économie sociale et solidaire. Banque coopérative, par vocation et par choix, elle met ses métiers au service des acteurs d'une économie responsable, respectueuse des personnes et de leur environnement. À ce titre, elle est très sensible au développement d'outils innovants et des meilleures pratiques en matière de collecte de dons. Engagé depuis plus de 30 ans comme banquier des structures culturelles professionnelles, elle apporte la même attention aux grandes institutions qu'aux structures émergentes et couvre une large palette de disciplines (spectacle vivant, festivals, arts plastiques, exploitation cinématographique, musées, édition, librairie). De ce fait, elle connaît bien les spécificités du secteur, dont elle soutient les initiatives, ce qui lui permet de développer les produits et services adaptés aux besoins bancaires et financiers de ses structures clientes. En 2010, le Ministère de la Culture lui a même décerné la distinction de grand mécène de la culture pour son engagement de banquier.



Le cabinet conseil en fundraising grands donateurs **Brakeley Associés** est basé à Paris. Nous travaillons depuis une dizaine d'années avec les plus grandes universités et grandes écoles françaises. Nous faisons partie du réseau mondial Brakeley, ce qui nous permet de mener des campagnes internationales pour certains de nos clients. Brakeley est l'un des plus anciens et des plus renommés des cabinets conseil en fundraising américains. Basé à San Francisco, il s'est développé dans le monde entier avec des cabinets en Europe (Stockholm, Munich, Paris, Londres) et en Asie (Hong Kong, Singapour, Séoul).

Brand & Consumer TECHNOLOGIES, spécialiste du Big Data, est le technologue de la vue unique du client. Résolument tournée vers la connaissance client et le pouvoir redonné au consommateur, Brand & Consumer TECHNOLOGIES a fait de l'éthique et de la vue unique du client ses fers de lance pour rapprocher les marques et les clients. Ainsi, tout en capitalisant sur 20 ans d'expertise de la donnée et de son hébergement et traitement, Brand & Consumer TECHNOLOGIES construit un dialogue serein et efficace entre les marques et leurs consommateurs grâce à ses technologies. La stratégie de Brand & Consumer TECHNOLOGIES est le Clerverness Data®. Le Clerverness Data® est la vue unique du client. Le Clerverness Data® permet de mettre en relation le consommateur avec ses marques, et les marques avec leurs consommateurs selon les demandes et besoins de ces derniers. Le Clerverness Data® s'appuie sur des technologies garantissant cette qualité de mise en relation. S'appuyant sur ses 120 experts en France, Brand & Consumer TECHNOLOGIES accompagne depuis plus de 15 ans soixante organisations reconnues d'utilité publique afin de les aider dans leurs enjeux de recrutement et de fidélisation donateurs, ainsi que dans le développement de leurs ressources et l'optimisation de leurs coûts de collecte.



Pour développer votre fundraising et faire de votre relation donateur une réussite, vous rêvez d'un outil à l'ergonomie efficace, d'une application qui maîtrise vos processus et, en plus, d'un expert qui comprenne vos besoins. Depuis près de 15 ans, inspirés par nos clients, les équipes d'**Eudonet CRM** ont imaginé et conçu une solution innovante, mobile et rapide à laquelle accèdent quotidiennement des dizaines de milliers d'utilisateurs collaborateurs, permanents ou bénévoles. Tous vos contacts sont rassemblés et qualifiés : donateurs, prospects, adhérents, volontaires, entreprises, mécènes, légataires, contributeurs, parrains, ... Parce que votre organisation est unique, Eudonet CRM offre une grande souplesse d'utilisation permettant à chacun de vos métiers de trouver sa place au sein d'une base de données unifiée.



Cabinet spécialisé en audit, conseil, fiscalité et droit, et transactions, les équipes **EY** dédiées aux organismes sans but lucratif s'unissent pour vous aider à concrétiser vos projets. Elles anticipent les tendances du secteur, identifient leurs impacts et vous apportent une vision prospective.



Spécialisé depuis plus de vingt ans dans la levée de dons majeurs, **Factory** fonde son travail de conseil sur une expertise unique en recherche de prospects, sur ses liens étroits avec le monde de la philanthropie stratégique et sur son expérience de l'accompagnement d'un grand nombre d'associations et d'ONG dans l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies Grands Donateurs, en France et en Europe. Notre conviction : vos choix stratégiques doivent reposer sur une connaissance approfondie du marché et sur la juste évaluation de votre potentiel de Grands Dons.



Faircom est un réseau international d'agences spécialisées en fundraising. Il rassemble près de 40 experts de la communication et de la collecte de fonds, intervenant autour de 3 agences : Paris, New-York et Genève. Nous accompagnons les organisations du conseil stratégique à la réalisation opérationnelle dans 6 domaines : Comm'collecte > Innovation > E-fundraising > Collecte à l'international > Grands dons > Libéralités



Lafayette Associés est une société de conseil qui a pour mission d'accompagner établissements d'enseignement, collectivités, branches professionnelles et entreprises dans la conception et le développement de leurs dispositifs Emploi-Formation, ainsi que dans le développement de leurs modes de financement.



Nous sommes identifiés comme des consultants, mais nous nous considérons comme vos « partenaires ». Nous sommes vos Sherpas, vos guides, amis forts de l'expérience d'avoir déjà grimpé vos montagnes. À nous tous, nous comptons près de 300 ans d'expérience de fundraising à partager avec vous. Collectivement, nous couvrons la gamme complète des activités non lucratives et nous aussi sommes internationaux, avec des clients, des implantations et une expérience dans le monde entier. Nous travaillons auprès des clients aussi prestigieux qu'Oxford, Edinburgh et UCL au Royaume-Uni, KU Leuven en Belgique, Bocconi en Italie, Utrecht University aux Pays Bas et en France le CNRS et École des Ponts.

Partenaires institutionnels

L'Arces est le 1^{er} réseau national des responsables de communication de l'enseignement supérieur. Depuis 30 ans, l'association participe à la promotion et la valorisation de l'enseignement supérieur et de ses établissements. Elle accompagne ses 500 membres dans le développement de leurs compétences, leur permettant d'être au plus près des enjeux collectifs dans un environnement dense, multiple, dont les références et les outils évoluent en permanence. L'association propose ainsi :

- des ressources professionnelles (séminaires, journées, ateliers) en partenariat avec le CELSA ou d'autres associations de renom.
- des événements fédérateurs autour de grandes thématiques d'actualité (colloques, rencontres régionales),
- des outils pratiques (fiches-conseils, newsletter trimestrielle, annuaire, réseau social ...)

Au quotidien, nous portons des pensées, des émotions pour faire émerger des hommes, pour créer plus d'intelligence collective dans nos institutions. Nous sommes au cœur de la transversalité ...



CASE (Council for Advancement and Support of Education) est une association professionnelle au profit des établissements d'enseignement et de leurs équipes de « développement », au sens des relations avec les anciens élèves, du fundraising, de la communication et du marketing. CASE aide ses établissements adhérents à construire des relations plus solides avec leurs parties prenantes, en mettant à leur disposition son expertise collective, en contribuant à la professionnalisation des équipes de développement et en promouvant le fundraising au profit de l'éducation. CASE fournit également une variété de services pour le « développement », propose des procédures et un cadre éthique pour la profession. CASE est présent à Washington DC, Londres, Singapour et Mexico City. www.case.org



Le Centre Français des Fonds et Fondations (CFF) est une association qui réunit deux cents fonds et fondations. Il fédère l'ensemble des acteurs du secteur et crée un lien entre tous ceux qui développent et animent une fondation ou un fonds de dotation. Il est le porte-parole du secteur auprès des pouvoirs publics en France et en Europe et met à la disposition de tous un centre unique de ressources et de formation.



Créée en 1973, la **Conférence des grandes écoles (CGE)** regroupe 213 établissements d'enseignement supérieur et de recherche français et étrangers représentant tout le spectre des formations supérieures en grandes écoles de niveau Master et au delà. Organismes de formation de masse (40% des masters délivrés chaque année en France) et de recherche intensive (50% des thèses dans les disciplines couvertes par les grandes écoles), les grandes écoles mettent en cohérence un projet pédagogique en fonction du profil de l'étudiant et des débouchés professionnels. Véritable label qualité, la CGE s'assure du respect par l'ensemble de ses membres de ses principes fondamentaux (excellence, sélection, ouverture internationale, accréditation des formations ...). Les 213 grandes écoles membres permettent à la France de proposer une offre de formations et de recherche à déclinaisons multiples et de répondre ainsi aux besoins très variés des entreprises.



La Conférence des présidents d'université rassemble les dirigeants des 75 universités de notre pays, ainsi que ses 3 universités de technologie, 3 instituts nationaux polytechniques, 4 écoles normales supérieures, plusieurs grands établissements et l'ensemble des communautés d'universités et d'établissements, soit un total de 129 membres. Elle représente, grâce à ses liens avec les organismes et écoles, la plus grande part des forces d'enseignement supérieur, de recherche et d'innovation françaises, elle est force de proposition et de négociation auprès des pouvoirs publics, réagit aux évolutions du monde de l'enseignement supérieur et de la recherche en proposant des éléments de transformation.



Association Française des Fundraisers

L'Association Française des Fundraisers est l'association des professionnels de la collecte de fonds exerçant dans tous les secteurs de l'intérêt général : de l'action sociale et humanitaire à l'enseignement supérieur, en passant par la recherche, la culture ou l'environnement.

Elle vise à développer

professionnalisme et déontologie des pratiques de mobilisation des ressources tout en créant un espace privilégié d'échange et de partage pour les professionnels du fundraising en France.

Elle a pour mission de

- Faire progresser les professionnels dans leurs compétences
- Animer et développer le réseau des fundraisers
- Promouvoir une approche ouverte, évolutive et innovante du métier
- Valoriser le métier de fundraiser

L'AFF est présente aussi en région !

Parce que les fundraisers qui constituent le réseau de l'AFF sont partout en France, nous avons souhaité renforcer nos activités en région. Sous l'impulsion de bénévoles, les groupes régionaux de l'AFF ont pour objectif de favoriser l'échange, le développement de réseau et la formation des fundraisers dans leur région. Aujourd'hui, l'AFF compte cinq groupes régionaux : Rhône-Alpes, Midi-Pyrénées, Nord Pas-de-Calais, Méditerranée et Aquitaine.

Adhérez à l'AFF...

Pour continuer de vous informer régulièrement sur les actualités de la collecte de fonds, suivre les différentes formations proposées tout au long de l'année à des tarifs préférentiels et continuer d'échanger avec vos pairs : devenez adhérent à l'AFF !

Elle propose

dans le cadre de ses activités :

Pour se former :

- **quatre grands rendez-vous annuels** de plusieurs journées : des séminaires et conférences dédiés au secteur de la solidarité, de la culture, du confessionnel et de l'enseignement supérieur et la recherche.
- délivré en partenariat avec l'ESSEC, le **Certificat Français du Fundraising**, première formation certifiante en fundraising de douze journées et reconnue au niveau européen grâce au label « EFA certification ».
- **des journées de formation** approfondies sur des thèmes ou des secteurs précis.

Pour s'informer :

- le **site internet www.fundraisers.fr** pour retrouver toutes les actualités du fundraising, les offres de formation, et les offres d'emploi disponibles en ligne
- **des petits-déjeuners** fundraising, lieux d'échange et occasions de rencontres dédiés aux professionnels
- le magazine **Fundraizine**, première revue entièrement dédiée à la collecte de fonds et à l'actualité de la philanthropie en France
- la **newsletter**, rendez-vous bimensuel de l'actualité du fundraising et de la philanthropie
- la **base documentaire**, accessible aux adhérents de l'AFF : elle réunit plus de 400 documents et études pour vous accompagner dans vos recherches et vos réflexions sur la collecte de fonds.

Nous contacter

Association Française des Fundraisers 6 rue de Londres 75009 Paris Tel : 01 43 73 34 65 info@fundraisers.fr

Plus d'informations sur www.fundraisers.fr

FUNDRAISERS

— UNE PROFESSION, DES MÉTIERS —

VOUS AUSSI, DEVENEZ
#SUPERFUNDRAISERS !

LES CLÉS DU FUNDRAISING
pour créer son chemin
vers une collecte de fonds efficace

ASSOCIATIONS, FONDATIONS, STRUCTURES D'INTÉRÊT GÉNÉRAL DE TOUS SECTEURS
17 Livres issus de la collection de livres - 11 Outils de marketing interactif
11 Recettes de fundraising - 11 Guides à jour - 11 Recettes à lire avec ses collègues

Téléchargez l'ebook
Les clés du fundraising
(1,99€ seulement)
www.fundraisers.fr

Association Française des Fundraisers

PASSEURS DE GÉNÉROSITÉ

CULTURE • SOLIDARITÉ • ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR • RECHERCHE • COLLECTIVITÉS TERRITORIALES
CONFESSIONNEL • SANTÉ • FONDATIONS HOSPITALIÈRES • ENVIRONNEMENT

L'Association Française des Fundraisers remercie très sincèrement tous les partenaires de la **10^e conférence de fundraising pour l'enseignement supérieur et la recherche**

Les partenaires

Partenaire principal



Partenaire or



Partenaire argent



Partenaires bronze

BRAKELEY ASSOCIÉS
FUNDRAISING & MANAGEMENT CONSULTANTS



L'Association Française des Fundraisers bénéficie du soutien de :



Contactez l'équipe de l'AFF :
par téléphone au 01 43 73 34 65
ou par email à info@fundraisers.fr



Association Française des
Fundraisers

Informations et inscription
sur www.fundraisers.fr